Niveau(x) d'enseignement: 0 Numéro EDUQ : 8670148
Centre d'intérêt: 640

Joly, Louise.

L'audio-visuel et l'apprentissage, la communication / Louise Joly ; [pour le] Service orientations et développement, [Direction de la technologie éducative]. -- [Québec] : Direction générale des moyens d'enseignement, 1983.
16 p. ; 26 cm.

En tête du titre: Intégration pédagogique des moyens d'enseignement. Code : 54-9723 ; 33-1303.

ISBN 2-550-06100-4

Vedette(s)-secondaire(s): Québec (Province) Direction de la technologie éducative. Service orientations et développement

---

Descripteur(s): Communication * Audiovisuel * Apprentissage visuel * Lexique

---

La brochure présente les quatre éléments de tout système de communication. 1. à l'origine du processus, un groupe d'individus à la source d'une idée, d'une pensée. Ils ont l'intention de transmettre cette idée, jouant ainsi le rôle d'un émetteur dans la communication; 2. réduisant la distance qui sépare l'émetteur du récepteur, les mots se font la route ou le véhicule d'une idée: celle de voir comment apprendre à l'aide de l'audiovisuel; 3. l'intention de communiquer parvient à destination à l'aide d'un mass-media; 4. au terme de la communication se trouve un lecteur pour recevoir l'idée transmise et lui trouver un sens: le récepteur.

Type de document: d
Notice(s) connexe(s): 8670146, 8670147, 8670149, 8670150

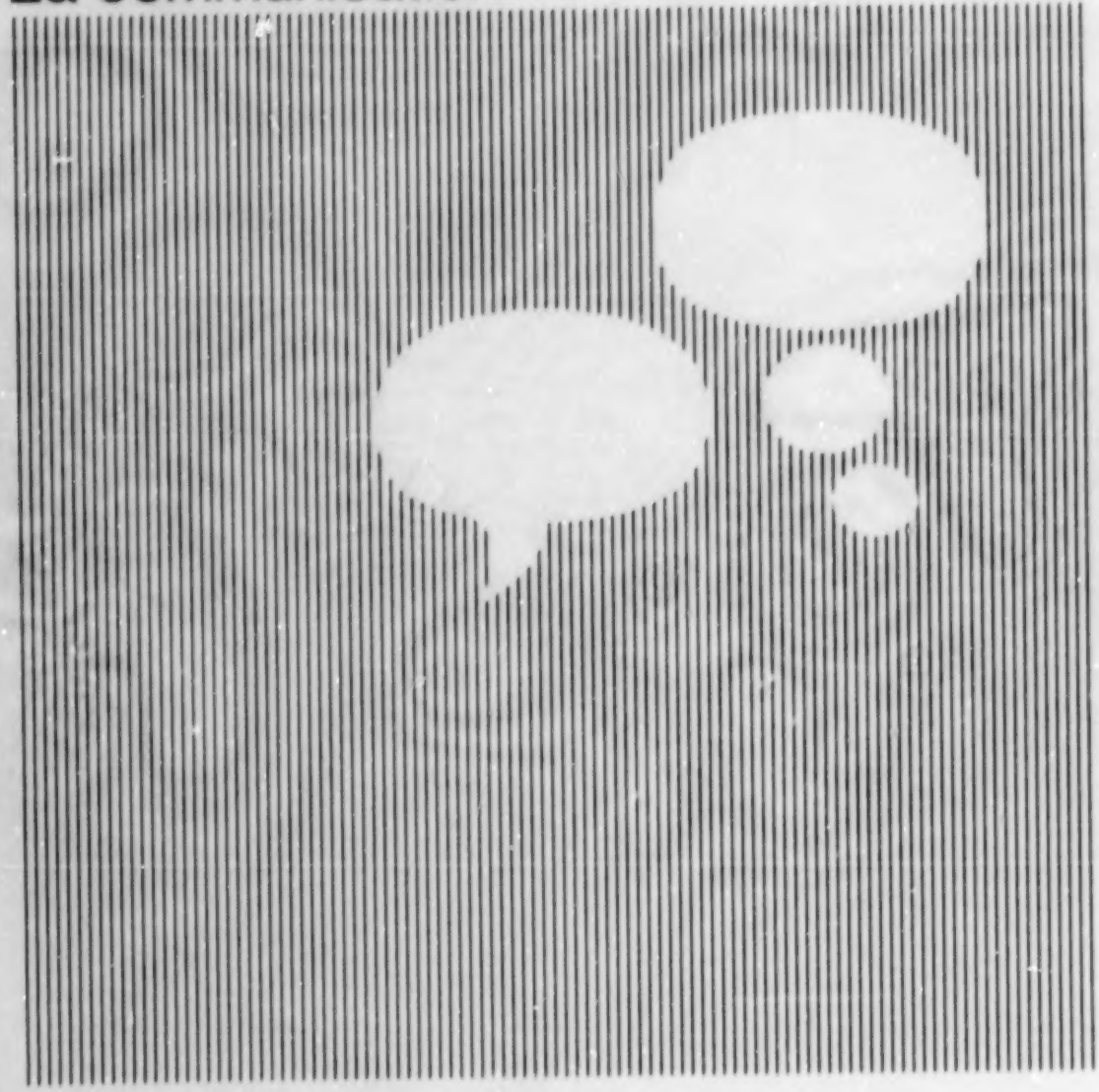
EDUQ 8670148

Direction de la technologie éd

L'audiovisuel et l'apprentissage

La communication

Louise Joly



Gouvernement du Québec
Ministère de l'Éducation
Direction générale des moyens d'enseignement

EDUQ 8670148

SERVICE ORIENTATION ET DÉVELOPPEMENT

INTÉGRATION PÉDAGOGIQUE DES MOYENS D'ENSEIGNEMENT:

L'AUDIO-VISUEL ET L'APPRENTISSAGE:

LA COMMUNICATION

LOUISE JOLY

CODE: 54-9723
juin 1983

Ce texte, destiné à faciliter une forme autonome de perfectionnement en intégration de l'audiovisuel dans l'enseignement, s'inscrit dans un ensemble de textes non pas nécessairement séquentiels mais du moins complémentaires. Les autres titres sont:

La Perception	(code: 54-9724)
Une stratégie	(code: 54-9725)
Guide d'animation	(code: 54-9726)
Média et pédagogie	(code: 54-9732)

Robert Dufour
Chef de projet
D.T.E.

ENTRE NOUS... CET IMPRIMÉ

En ce moment, l'auteur de cette brochure communique avec vous.

Ailleurs, quelqu'un communique avec un ordinateur au moyen d'un clavier.

Chaque fois, des technologies différentes sont utilisées.

Et pourtant, il s'agit chaque fois de COMMUNICATION.

En ce moment, l'auteur de cette brochure communique avec vous... à distance et en différé.

Dès que des interlocuteurs sont ainsi séparés par l'espace, et même par le temps, ils doivent, pour communiquer, utiliser des intermédiaires: des media de communication.

Certains media permettent de communiquer instantanément dans l'espace; c'est le cas du téléphone. D'autres permettent de communiquer un MESSAGE à distance et à retardement; c'est le cas de ce media préparé, écrit puis diffusé à votre intention.

Cette communication écrite implique un document qui conserve sur un support donné le message incarné dans un langage quelconque.

Multiplié grâce aux techniques de l'imprimerie, puis distribué, notre message parvient enfin à l'un de ses destinataires: vous!

Ce media est l'un des maillons de la chaîne de communication maintenant établie entre nous. Il est l'un des quatre (4) éléments essentiels de tout processus établi dans le but de communiquer.

1. A l'origine du processus, un groupe d'individus à la source d'une idée, d'une pensée. Ils ont eu l'intention de vous la transmettre, jouant ainsi le rôle d'un ÉMETTEUR dans la communication.

2. Réduisant la distance qui nous sépare, les mots se font la route et le véhicule d'une idée: celle de voir comment apprendre à l'aide de l'audio-visuel.

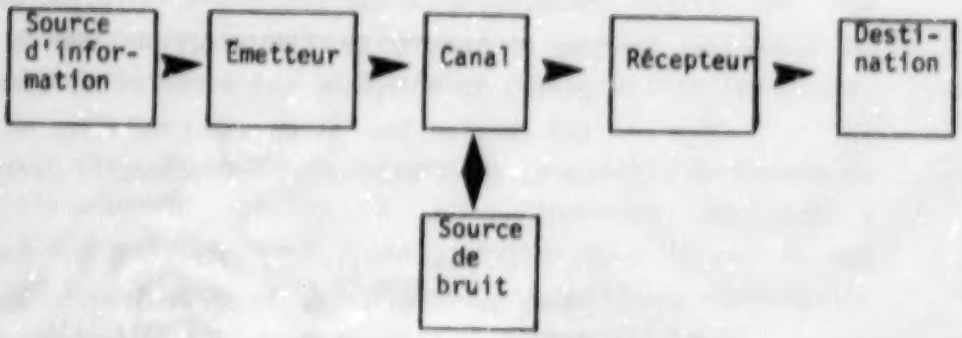
3. Notre intention de communiquer parvient à destination à l'aide d'un mass media: cette brochure. Comme tout autre véhicule de la pensée, cet imprimé a sa place dans l'arsenal d'un communicant.

4. Avez-vous l'intention de lire cette brochure jusqu'au bout?

   Nous l'espérons car, au terme de la communication, il doit se trouver un lecteur pour recevoir l'idée transmise et lui trouver un sens, éventuel récepteur: vous!

L'absence d'un seul de ces éléments entrave toute efficacité à communiquer.

Ces éléments sont parties intégrantes d'un SYSTEME de communication, qui peut être symbolisé de la façon suivante:



Ainsi, un minimum d'analyse logique sur cette brochure (le media que vous tenez en mains présentement) nous fait voir un CANAL de transmission qui s'insère dans un système de communication.

La notion de SYSTEME est la charpente conceptuelle qui nous permet de bâtir tout l'édifice de la communication.

LA COMMUNICATION, UN SYSTEME...

Au cinéma, un plan rapproché nous permet de saisir par son expression la psychologie d'un personnage ou d'attirer l'attention du spectateur sur un détail de sa physionomie.

L'angle de vue panoramique, par contre, permet au spectateur d'établir des liens entre le personnage et son environnement, en le distanciant pour le situer dans son CONTEXTE physique.

Inspirons-nous du langage cinématographique pour comprendre ce que signifie l'intrusion dans notre quotidien de diffuseurs de l'information, de la photocopieuse qui parle, du téléphone qui écrit et du dictionnaire invisible qui corrige les fautes avant qu'elles ne soient commises... ou de cette brochure... Déposons-la devant nous.

En plan rapproché, observons-la. Pour mieux décrire le champ particulier de la communication auquel se réfère son langage: la communication écrite. Et en ne perdant pas de vue que tout ce qui sera dit sera également valable pour tout autre media.

Ce media est d'abord un outil, son format est simple: un assemblage de feuillets brochés ensemble pour éviter leur éparpillement.

Ces feuillets sont porteurs de symboles.

Enfoui dans cet amas de symboles visuels, se trouve un message destiné à être reconstitué et compris. Les SIGNES qui le révèlent ont été puisés dans un répertoire commun et connu... de l'émetteur et du récepteur de cette communication. Longtemps après avoir été conçue, cette

intention de communiquer a donc été transposée sous cette forme, ce CODE que vous et moi avons appris à interpréter.

Cette communication écrite est ainsi codée d'une certaine façon, et il nous a fallu étudier ses règles d'écriture et de lecture pour réussir à bien comprendre ses mots, ses phrases, ses messages.

Il en est de même de toute autre communication, sonore ou audio-visuelle.

Un angle de vue panoramique nous fait découvrir derrière l'outil tout un ensemble de règles, un code d'utilisation du media. Par delà le hardware tout media est aussi un langage, il a sa manière propre de dire les choses.

Dans le processus pédagogique, une partie du message de l'enseignant consiste à faire apprendre un code à l'étudiant, par exemple la grammaire dans le cas du mot écrit. On peut aussi promouvoir une meilleure exploitation de la télévision en apprenant le langage télévisuel...

En somme, tout message, qu'il soit sonore ou visuel, utilise un certain code ou convention devant faire l'objet d'un apprentissage, et dont les règles sont appliquées dans le cas d'une bonne communication, et rompues à l'inverse: on parle alors de BRUIT dans la communication.

On appellera bruit tout ce qui tend à réduire la saisie ou la compréhension du message dans la chaîne de communication. Ces bruits se rencontrent à n'importe quelle étape de la chaîne. Il peut arriver que le récepteur ne soit pas en forme, qu'il ne s'informe pas. L'émetteur peut également être bruyant: une élocution mauvaise, un texte mal rédigé, une photo mal cadrée, constituent autant de bruits.

En somme, communiquer efficacement consiste aussi à éliminer constamment le bruit dans la communication. Encore faut-il que l'émetteur connaisse et respecte le contexte et les modes de PERCEPTION du récepteur!

Par-delà la question «avec quelle précision les symboles transmis véhiculent-ils la signification désirée?», posons-nous encore celle-ci: «avec quelle efficacité la signification reçue influence-t-elle la conduite dans le sens désiré?».

Notre esprit cherche constamment des sens dans tout ce qui fait l'objet de notre expérience perceptuelle. Il a un tel appétit vorace de significations qu'il peut même, à partir d'un message donné, produire des sens non prévus par l'émetteur.

Notre perception se fait toujours dans un contexte référentiel. Ce processus est indissociable de l'entité de l'émetteur et de l'entité du récepteur. On a souvent tendance à l'oublier: un enseignant, comme tout émetteur, organise son message selon ses propres perceptions.

Nous énoncerons une règle générale. Plus le contexte est commun entre l'émetteur et le récepteur, plus le message passe efficacement entre les deux. De même en est-il du code, et en général de tout élément constituant le processus de communication.

Votre réaction à la lecture de cet imprimé constitue la dernière étape et le but ultime de cette communication. Si cette dernière réaction prend la forme d'une implication dans l'intégration de l'audio-visuel dans votre pratique quotidienne, elle aura été pleinement effective.

Actuel récepteur d'un acte de communication écrite, vous vous retrouvez habituellement en classe dans le rôle d'un émetteur... qui a la possibilité, ce que nous n'avons pas présentement,c'est-à-dire de provoquer un FEED-BACK pour garantir le succès de la communication.

Vous êtes nécessairement un media, dont le langage est audio-visuel. Car vous utilisez pour vous exprimer la parole dans un langage où le geste, destiné à être perçu par l'oeil, lui est lié de façon indispensable.

Vous êtes le maître d'oeuvre de quantité de messages et pour ce faire, devez faire appel à de nombreux outils de communication. Peut-être utilisez-vous déjà des émetteurs technologiques pour vous seconder: cassette, vidéo, film, ordinateur, etc... Comme plusieurs enseignants vous préférez probablement à tous les autres deux outils de communication: l'exposé magistral et le texte imprimé.

On peut se demander pourquoi, en pleine civilisation de la communication et de l'image, l'enseignant n'utilise pas davantage l'outillage électronique et les documents audio-visuels mis à sa disposition.

Car, tous ces media, avec des caractéristiques différentes, ont essentiellement les mêmes buts que l'imprimé, à savoir la communication et la diffusion des idées.

L'AUDIO-VISUEL ET L'APPRENTISSAGE

> ... la piste apparaît, puis se rapproche et enfin défile sous l'avion, jusqu'à l'atterrissage et l'arrêt. Tentative réussie!

Le pilote est en fait un élève, apprenant à piloter à l'aide d'un simulateur, l'une des applications les plus sophistiquées de la synthèse d'images. Elles sont créées par un ordinateur, qui les asservit, grâce à son programme, aux commandes d'un avion. Comme s'il s'agissait d'un simple jeu-vidéo!

L'explosion technologique en cours rend possible de telles situations d'APPRENTISSAGE, modifiant la façon d'enseigner mais aussi le contenu des cours. Transformant les habitudes de vie et les modes de perception de l'homme.

L'exposé magistral, s'il permet la transmission uniforme d'une même matière à plusieurs personnes, a comme inconvénient d'imposer un rythme aux élèves, celui de l'enseignant, et d'être généralement peu dynamique.

Un texte imprimé se consulte au rythme propre de l'apprenant. Il a par ailleurs des limites. Les signes sur une page sont des mots pris au piège qui intensifient et étendent la fonction visuelle, tout en réduisant le rôle de l'ouïe, du toucher et du goût. Ils réfèrent peu au vécu des gens, comme le peuvent le langage verbal, un film ou un document magnétoscopique.

L'audio-visuel peut favoriser l'élimination du BRUIT dans la communication. Une image, par exemple, favorise l'interprétation univoque et peut rendre intelligible en le précisant un contenu abstrait.

«Le monde était si récent que beaucoup de choses n'avaient pas encore de nom et pour les mentionner il fallait les montrer du doigt».

(Gabriel Garcia Marquez)

APPRENTISSAGE: essentiellement, dialogue de l'homme avec la réalité, engendrant des activités et des comportements reliés à l'acquisition de nouvelles connaissances ou au développement de nouvelles habiletés (motrices, intellectuelles, etc...). L'apprentissage, instrument essentiel d'émancipation face à ce qui nous entoure, n'est pas l'enseignement, car une chose enseignée n'est pas nécessairement apprise.

BRUIT: toute interférence qui nuit à la transmission parfaite du message. La notion de bruit est un apport neuf de cette théorie de l'information. Conçue à l'origine dans un cadre technique, grésillement du téléphone, parasite à la radio, «neige» à la télévision, cette notion de bruit s'applique maintenant à tous les obstacles qui nuisent à la communication: la sympathie, la fatigue, les préjugés, l'éducation, etc...

CANAL: selon Moles, le canal décrit tout le système matériel de passage entre les messages émis et la sensation perceptive du récepteur humain. Par exemple, le texte imprimé d'un livre est un canal de la communication écrite.

CODE:

1) l'ensemble des règles conventionnelles régissant l'utilisation appropriée d'un langage ou d'un media. Par exemple, la grammaire est un code du langage écrit.

2) dans un sens plus restreint, le code est l'ensemble des connaissances que l'émetteur et le récepteur possèdent sur le message.

COMMUNICATION: essentiellement, échange d'INFORMATION effectué entre deux entités spatio-temporelles, avec le désir conscient d'atteindre un but déterminé. Tout comportement est communication. Par exemple: le bleu du ciel ne communique pas avec moi, car il n'est pas porteur d'intention, alors que mon silence vous dit certaines choses.

CONTEXTE:

1) dans un sens large, désigne les éléments de l'environnement physique ou social d'un récepteur, qui conditionne sa façon de percevoir. Par exemple: un auditif et un visuel perçoivent de façon différente.

2) dans un sens restreint, le contexte est la situation particulière dans laquelle se trouve un récepteur quand un message lui est transmis. Par exemple: on parle de contexte scolaire ou pédagogique lorsqu'un professeur enseigne à des étudiants.

EMETTEUR: tout ce qui est à l'origine ou à la source d'un message. Par exemple: l'émetteur humain est le maître d'oeuvre de l'idée du message, ce qui ne l'empêche pas d'utiliser des émetteurs techniques pour le seconder, c'est-à-dire des équipements de production et de transmission des messages.

FEED-BACK: 1) terme anglo-américain emprunté à la cybernétique, signifiant «information en retour» ou encore «rétro-action».

2) il y aura communication chaque fois que l'émetteur se montrera sensible aux réactions de son public. Le feed-back établit alors une véritable relation entre la source de son message et sa destination. Par exemple, quand les étudiants répondent aux questions d'un enseignant ou demandent à leur tour une question, ils lui procurent un feed-back.

INFORMATION: 1) information pure: élément ou ensemble d'éléments de connaissance considérés comme structurés et transmissibles. Tout système d'information pure ne recherche aucun feed-back. En d'autres mots, une fois le message émis, on ne sait plus rien de son impact sur le récepteur. Cet état de choses peut aussi bien être accidentel (par exemple, dans le cas d'un émetteur impossible à contacter) que volontaire (dans le cas d'un gouvernement totalitaire).

2) l'information pure devient communication chaque fois que l'émetteur se montrera sensible aux réactions de son public. Du point de vue du destinataire, l'information devient réponse active à une question qu'il se pose déjà et qui lui permet de réaménager ce qu'il sait déjà. La communication, comme processus stimulus-réponse-action, est un transfert d'information.

MESSAGE: ce que l'émetteur veut transmettre, l'unité qui délimite en quelque sorte l'information à transmettre. Le message comprend deux niveaux: le contenu (l'idée élaborée et transmise par l'émetteur) et l'expression (la façon d'organiser les règles d'énonciation du message).

PERCEPTION: opération mentale par laquelle l'esprit construit une représentation physique ou intellectuelle des faits, après stimulation des sens. C'est un processus qui procède en plusieurs étapes:

- d'abord le récepteur humain s'ouvre aux stimuli extérieurs;
- ensuite, il choisit parmi toutes les données celles à percevoir;
- puis il donne un sens à la donnée perçue;
- il identifie le stimulus, le reconnaît et le classe;
- enfin, il procède à la fermeture.

A la fin du processus, le savoir est devenu un su, et seul le récepteur peut confirmer cette transformation. La perception du message tel que transmis est ainsi le but ultime de toute communication.

SELF-MEDIA: se dit des moyens de production techniquement et économiquement accessibles aux gens qui n'exercent pas un métier de production. Par exemple: l'appareil photo, le magnétophone sont des self-media. (Ant: MASS MEDIA).

SIGNE: notion complexe qui désigne tout moyen, d'incarner la représentation mentale d'un objet, d'une idée, d'un désir afin de la rendre transmissible sous forme de message. Par exemple: des signes alphabétiques ont une signification dans une culture donnée.

De Saussure a distingué dans le signe deux composantes:

- le signifié, qui n'est pas une chose, mais la représentation mentale de cette chose - son concept.

- et le signifiant, qui est l'élément perceptible du signe et qui constitue en quelque sorte «l'image acoustique».

SOFTWARE: recouvre toute l'idée de «contenu» du medium, on l'utilise dans le sens de programme, de production et même de document.

SYSTEME: terme emprunté à un nouveau champ de la science: la cybernétique. Cette notion de système nous donne une nouvelle méthode d'étude de la communication, reposant sur l'exploitation systématique de l'analogie entre les propriétés d'un organisme naturel, et celles d'un schéma comportant un certain nombre de variables en interrelation, variant continuellement selon le type de communication établie. L'approche systémique, générale et interdisciplinaire, permet de comprendre et de résoudre les problèmes complexes qui surgissent dans la technologie et la société modernes.

ISBN: 2-550-06100-4 CODE: 33-1303

8384-533